

**ANALISIS *SOCIAL INFLUENCE*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
PENGGUNA JASA TRANSPORTASI GOJEK
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

SWARA PRABU WINDY SATRIAWI
B 100 160 374

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

ANALISIS *SOCIAL INFLUENCE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI GOJEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Yang ditulis dan disusun oleh:

SWARA PRABU WINDY SATRIAWI

B 100 160 374

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Mei 2020

Pembimbing Utama

(Prof. Dr. H. M. Wahyuddin, M.S.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. H. Syamsudin, S.E, M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **SWARA PRABU WINDY SATRIAWI**

NIM : **B 100 160 374**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS *SOCIAL INFLUENCE, ELECTRONIC***

WORD MOUTH (E-WOM) DAN LIFESTYLE

TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN

PENGGUNA JASA GOJEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa

Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,

(SWARA PRABU WINDY SATRIAWI)

MOTTO

*“ Allah tidak akan merubah nasib seseorang apabila orang
tersebut tidak mau merubahnya ”*

(penulis)

*“ sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga
mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri ”*

(Q.S. Ar Ra'd : 11)

“ Life is like riding a bicycle to keep your balance, you must keep moving ”

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas nikmat dan karunia yang diberikan oleh Allah SWT karena telah memberi kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dan telah memberikanku kesempatan untuk dikelilingi oleh orang-orang yang luar biasa, maka kupersembahkan hasil karya tulisku ini dengan penuh rasa sayang dan cinta untuk:

1. Orangtuaku yang tercinta Bapak Sutrisno dan Ibu Sri Sulistiarni. Terimakasih karena selalu memberikan banyak doa dan dukungan kepadaku baik secara materi maupun moril.
2. Seluruh keluarga besar dan saudara-saudara yang selalu memberikan doa, dukungan, serta nasehat untuk keberhasilanku.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Wahyudin, M.S selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan masukan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
4. Sahabat-sahabatku sekalian.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS *SOCIAL INFLUENCE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI GOJEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Prof. Dr. H. M. Wahyudin, M.S., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Kussudyarsana, S.E M.Si., Ph.D., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis

menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Ibu dan ayah serta adik-adikku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
8. Semua sahabat dan teman-teman yang telah mendukung penulis selama ini.
9. Semua pihak yang membantu sehingga terciptanya skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Mei 2020

Penulis

Swara Prabu Windy Satriawi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	15
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Hipotesis.....	28

D. Kerangka Pemikiran.....	32
----------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	34
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	37
D. Data dan Sumber Data	38
E. Metode Pengumpulan Data	39
F. Metode Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Karakter Responden	46
B. Pengujian Kualitas Data.....	49
C. Pengujian Asumsi Klasik	52
D. Analisis Regresi Linier Berganda	54
E. Pengujian Hipotesis.....	55
F. Pembahasan	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2	Deskripsi Umur	47
Tabel 4.3	Deskripsi Angkatan.....	48
Tabel 4.4	Deskripsi Uang Saku.....	48
Tabel 4.5	Deskripsi IP Terakhir	49
Tabel 4.6	Validitas <i>Social Influence (SI)</i>	50
Tabel 4.7	Validitas <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	50
Tabel 4.8	Validitas <i>Lifestyle (LS)</i>	50
Tabel 4.9	Validitas Keputusan Konsumen (KK)	51
Tabel 4.10	Pengujian Reliabilitas	51
Tabel 4.11	Hasil Normalitas	52
Tabel 4.12	Hasil Multikolinieritas	53
Tabel 4.13	Hasil Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas

Lampiran 3. Hasil Uji Reabilitas

Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5. Tabel r

Lampiran 6. Tabel t

Lampiran 7. Tabel F

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *social influence*, *electronic word of mouth* dan *lifestyle* terhadap keputusan konsumen pengguna jasa transportasi Gojek. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi Gojek di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan link untuk mengisi kuesioner dengan menggunakan google form. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 148 responden. Analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji Path Analysis dengan program SPSS versi 20. Dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *social influence*, *electronic word of mouth*, *lifestyle*, dan keputusan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen, *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen, *lifestyle* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa *social influence*, *electronic word of mouth*, dan *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam penggunaan aplikasi Gojek.

Kata Kunci : *social influence*, *electronic word of mouth*, *lifestyle*, keputusan

konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of social influence, electronic word of mouth and lifestyle on consumer decisions of Gojek transportation service users. The population in this study were Gojek transportation service users among students of the Muhammadiyah University of Surakarta. The sampling technique in this study uses non probability sampling by using a link to fill out a questionnaire using Google forms. The number of samples in this study were 148 respondents. Analysis of the data in this study is to use the Path Analysis test with SPSS version 20. Where the variables used in this study are social influence, electronic word of mouth, lifestyle, and consumer decisions. The results showed that social influence had a significant positive effect on consumer decisions, electronic word of mouth had a significant positive effect on consumer decisions, lifestyle had a significant positive effect on consumer decisions. It can be concluded that social influence, electronic word of mouth, and lifestyle influence consumer decisions in using the Gojek application.

Keywords : social influence, electronic word of mouth, lifestyle, consumer decisions